

## Психологические особенности пользователей социальных сетей с разной степенью селфи-активности

Научный руководитель – Пчелкина Евгения Петровна

*Марунчак Наталья Ивановна*

*Студент (магистр)*

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Институт педагогический, Факультет психологии, Общей и клинической психологии, Белгород, Россия

*E-mail: marunchak.nataly@mail.ru*

Рассматривая различные причины интереса к селфи, как к форме самопрезентации в социальных сетях, исследователи до сих пор не могут сойтись во мнении, является ли селфи опасным увлечением, либо же это просто новая форма общения между пользователями, как закономерное изменение вследствие активного технического прогресса [1].

Практическая значимость проведенного исследования состоит в получении знаний, которые в дальнейшем будут использованы в консультативной работе психолога при решении практических задач. Зная, какие выраженные характерологические особенности стоят за неадекватной селфи-активностью, психолог сможет предупредить зависимость до ее прямого диагностирования [3]. Определив проблему клиента, и обладая знаниями о том, что при помощи селфи возможно удовлетворить межличностные потребности, психолог также может порекомендовать селфи как один из способов решения его проблемы [2].

Целью работы является изучение селфи как социально-психологического феномена, проявление его у старшекласников, и особенности проявления феномена селфи у юношей и девушек.

Объект исследования: селфи как психологический феномен.

Предмет исследования: связь личностных характеристик старшекласников с особенностями их проявления в селфи-активности.

Гипотезы исследования:

1. Особенности самопрезентации девушек и юношей с помощью селфи отличаются: у девушек выше селфи-активность, эта сфера является для них более значимой, чем для юношей; у девушек большая вариативность ситуаций селфи-активности.

2. Существует взаимосвязь между высокой селфи-активностью и социальной смелостью и инициативой в социальных контактах, а именно: юноши и девушки с высокой степенью селфи-активности в реальной жизни будут более инициативны и смелы в социальных контактах.

3. Будет прослеживаться значимая связь между высокой селфи-активностью и такими личностными характеристиками, которые в реальной деятельности направлены на себя (самоуважение и самоинтерес, ожидание положительного отношения к себе, аутоинтерес).

В эмпирическом исследовании были использованы следующие психодиагностические методики: Анкета «Отношение к селфи», Индивидуально-типологический опросник Л.Н. Собчик (ИТО), «Диагностика межличностных отношений» (Т. Лири), Тест уверенности в себе (В.Г. Ромека), Опросник самоотношения (В.В.Столин, С.Р.Пантिलеев)

Выборку исследования составили юноши и девушки (всего 90 человек) в возрасте от 15 до 17 лет.

В рамках исследования была составлена и проведена анкета, направленная на получение подробной информации об отношении юношей и девушек к селфи и особенностей их

селфи-активности. Анализ ответов респондентов на составленную анкету дал нам возможность не только выявить гендерные различия в отношении к фото, но и поделить выборку на 2 группы: группу селфи-активных составили испытуемые, которые делают селфи как минимум 1 раз в 4-7 дней, а группу селфи-неактивных - люди, фотографирующие себя реже, чем 1 раз в неделю, либо никогда не делающие данные фото.

Использование методики «Индивидуально-типологический опросник» (Л.Н. Собчик) позволило получить количественные оценки выраженности индивидуально-типологических свойств личности юношей и девушек с различной степенью селфи-активности. Так, у селфи-активных старшеклассников более выражена экстраверсия, они больше, чем селфи-неактивные, направлены во внешний мир и заинтересованы в социальных контактах. Они также проявляют более высокий уровень спонтанности и тревожности; для людей с низкой селфи-активностью более характерна интроверсия, сензитивность.

Методика «Тест уверенности в себе» (В.Г. Ромек) позволила определить некоторые социально-психологические характеристики юношей и девушек с различной степенью селфи-активности: мы обнаружили значимые различия между селфи-активными и селфи-неактивными по таким шкалам, как «Социальная смелость» и «Инициатива в социальных контактах».

С помощью методики «Опросника самоотношения» (В.В. Столин, С.Р. Пантелеев) получены оценки по трём уровням самоотношения юношей и девушек с различной степенью селфи-активности. Люди с высокой селфи-активностью проявляют бо́льшую аутосимпатию и желание получить положительное отношение окружающих к себе.

Тест «Диагностика межличностных отношений» (Т. Лири) позволил выявить представления испытуемых с различной степенью селфи-активности о себе и о своих взаимоотношениях с социумом. В процессе исследования испытуемым было предложено сформулировать свои представления о «Я-актуальном» («Я-реальном»), «Я-идеальном» и «Я в социальной сети». В идеальном образе себя у селфи-активных старшеклассников больше, чем в образе селфи-неактивных, выражены авторитарность и эгоистичность. В представлениях об идеальном образе себя у селфи-неактивных старшеклассников больше, чем у селфи-активных, представлены подчиняемость, дружелюбность и альтруизм. Таким образом, у селфи-активных старшеклассников идеальный образ себя можно охарактеризовать, скорее, как энергичный и ориентированный на собственные потребности, а образ селфи-неактивных - как пассивный и ориентированный на потребности окружающих людей.

Для того, что установить значимые взаимосвязи между различными структурами «Я» испытуемых, был использован корреляционный анализ Пирсона. Так, образ себя в социальной сети у селфи-неактивных юношей и девушек имеет много общего с «Я-реальным» и практически не связан с образом «Я-идеального». Селфи-неактивные, скорее, склонны проявлять в Интернете те же, качества, которыми они обладают в реальности.

Таким образом, в ходе исследования мы подтвердили поставленные нами гипотезы: самопрезентация девушек и юношей с помощью селфи действительно имеет свои различия, а селфи-активные и селфи-неактивные старшеклассники имеют значимые различия по многим личностным характеристикам.

### Источники и литература

- 1) Апасова И. Первобытие автопортрета как интенция к самопознанию // Вестник Тюменского государственного университета №5, 2008. С. 268-273.
- 2) Жичкина А.Е. О возможностях психологических исследований в сети Интернет. Психологический Журнал. Т. 7. 2000. С. 75-79.
- 3) Сатывалдиева Б. «Селфи» - социальная эпидемия века // Молодой ученый. 2015. №13. С. 697-700.